

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber daya yang dimiliki setiap perusahaan merupakan aspek keberhasilan dalam mengelola perusahaan. Sumber daya tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan guna menjaga stabilitas kinerja secara sinergis dan sistematis. Untuk menjaga sistem kerja tersebut, kegiatan komunikasi selanjutnya yang bersifat informatif dan mengajak (*persuasife*) individu untuk ikut serta memahaminya. Dalam suatu organisasi terdapat sebuah struktur organisasi yang bersifat dinamis dan memungkinkan dapat berubah sebagai respons terhadap kekuatan-kekuatan lingkungan baik secara internal maupun eksternal. Korelasi komunikasi dengan organisasi dapat membentuk suatu sistem kinerja yang terintegrasi.

Komunikasi organisasi sebagai arus penyampaian pesan atau informasi baik secara internal maupun eskternal organisasi. Komunikasi secara internal, dilakukan di dalam perusahaan dari pimpinan kepada karyawan maupun antar divisi di dalamnya. Bentuk penyampaian informasi pimpinan kepada karyawan maupun antar divisi tersebut seperti interaksi antara individu, memo atau informasi yang ditempelkan di sebuah papan informasi.

Kualitas pelayanan pada umumnya merupakan sebuah upaya untuk memenuhi akan kebutuhan konsumen dan untuk memberikan informasi agar dapat mengimbangi harapan konsumen yaitu kesesuaian antara harapan dengan

persepsi manajemen, dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen. Seperti yang dilakukan PT. PLN area Surakarta, dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan akan pelanggan, perusahaan dituntut untuk mengetahui pergeseran keinginan pelanggan yang berubah setiap saat secara dinamis. Berikut tabel indikator kinerja sebagai realisasi kontrak manajemen:

Tabel 1: Realisasi kinerja terbagi menjadi enam indikator kinerja

No	Indikator Kinerja
1	Pelanggan <ol style="list-style-type: none"> Nilai Kepuasan Pelanggan Penambahan Jumlah Pelanggan
2	Produk Dan Layanan <ol style="list-style-type: none"> <i>Recovery Time</i> Kecepatan Pelayanan Pasang Baru
3	Proses Bisnis Internal <ol style="list-style-type: none"> Rasio Perputaran Material Rasio Kerusakan Trafo Distribusi
4	SDM (Sumber Daya Manusia) <ol style="list-style-type: none"> Kesiapan Aspek Budaya Kerja & Kepemimpinan EES (HCR)
5	Keuangan dan Pasar <ol style="list-style-type: none"> Pengadaan Kendaraan Listrik COP (Umur Piutang)
6	Kepemimpinan <ol style="list-style-type: none"> Temuan Auditor Internal Kepatuhan

Sumber: Indikator kinerja kontrak manajemen unit PT. PLN Area Surakarta tahun 2013.

Dari sumber data PT. PLN Area Surakarta menunjukkan bahwa indikator realisasi kinerja terintegrasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga menciptakan organisasi yang baik. Indikator tersebut menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan organisasi baik secara internal maupun secara eksternal organisasi.

PT. PLN Area Surakarta mempunyai arah dan tujuan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 1994, PT PLN (Persero), yaitu untuk menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan. Mengusahakan penyediaan tenaga listrik dalam jumlah dan kualitas yang memadai dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat secara adil dan merata serta mendorong peningkatan kegiatan ekonomi dalam penyediaan tenaga listrik untuk melayani kebutuhan masyarakat. Pada periode bulan Juli tahun 2013 mendapati pelanggan yang menyatakan keluhan atas pemadaman listrik bergilir yang dilakukan PT. PLN Area Surakarta. Salah satunya keluhan yang dilayangkan Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Solo kepada PT. PLN Area Surakarta yang di muat koran Solo Pos Rabu, 17 Juli 2013 halaman 6, menyatakan keluhan tentang pemadaman listrik yang tidak konsisten dalam memberlakukan jadwal pemadaman listrik di wilayah Surakarta, serta menagih janji PLN untuk memperbaiki kualitas pelayanan paska kenaikan Tarif Dasar Listrik (TDL).

Melalui upaya komunikasi sebagai bentuk jaringan aspirasi tersebut, pelanggan atau masyarakat yang terkait mampu memberikan dalam kritikan atau masukan melalui saran sebagai koreksi perusahaan dalam mengupayakan pelayanan yang diberikan. Dengan melihat kinerja perusahaan serta tanggapan dari pelanggan atau masyarakat, komunikasi organisasi yang dibangun dalam menandai adanya proses perbaikan melalui diskusi internal perusahaan sebagai pengambilan keputusan bersama dalam penyelesaian masalah serta

memberikan saran yang membangun guna mencerminkan kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan kepada pelanggan.

Sebagai objek penelitian, peneliti akan terfokus pada perusahaan PT. PLN Area Surakarta, yaitu sebuah perusahaan distributor listrik untuk area Surakarta yang menjaga keberlangsungan perusahaan. Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai objek yang terlibat langsung adalah karyawan perusahaan. Perusahaan secara struktur dimana setiap bagian/staf memiliki fungsi tanggung jawab dan tugas masing-masing secara manajerial atau berpusat pada manajer perusahaan, peran manajer yaitu sebagai pemimpin dimana melakukan komunikasi merupakan arahan sekaligus objek perubahan agar membuat organisasi lebih efektif dengan mengubah proses dan organisasi.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu komunikasi ke bawah atau dari manajer (pimpinan) kepada karyawan salah satunya melalui intervensi, dimana intervensi tersebut mempunyai konsep sebagai keadaan sekarang (kondisi saat terjadi masalah) kemudian masa transisi (kemungkinan untuk perbaikan kondisi) dan masa mendatang (langkah praktis untuk melakukan perubahan). Intervensi tersebut diarahkan kepada karyawan dalam bentuk intruksi pekerjaan, hal ini untuk menunjukkan apa yang diharapkan oleh karyawan untuk mereka kerjakan dan bagaimana cara mereka mengerjakannya. Intruksi pekerjaan tersebut meliputi perintah langsung, prosedur pekerjaan dan program pelatihan. Dalam prakteknya pimpinan memberikan perintah langsung sesuai prosedur kepada bagian teknis lapangan

untuk memperbaiki jaringan yang mengalami gangguan teknis. Kemudian bagian teknis untuk segera memperbaiki sesuai arahan dari pimpinan.

Informasi mengenai perusahaan guna untuk memperkenalkan kepada karyawan dalam bentuk peraturan, praktek, keuntungan, hak-hak khusus (*privileges*) dari perusahaan. Bentuk dari perusahaan yaitu seperti buku penuntuk karyawan (*employee handbook*) dan buku petunjuk personalia (*personnel manuals*). Untuk mengetahui baik buruknya kinerja perusahaan maka diperlukan adanya *feedback* sebagai bentuk komunikasi. Pimpinan melakukan penilaian pekerjaan secara berkala dan program penilaian diri kepada bawasanya. Dengan cara memberikan intruksi langsung melalui rapat manajemen. Setiap karyawan memberikan tanggapan atau *feedback* kepada manajer agar selanjutnya dapat diperbaiki atau diberikan apresiasi prestasi sebagai wujud positif atas pekerjaan karyawan tersebut.

Artinya, karyawan ini terhubung secara langsung dengan para pelanggan dan melaksanakan program kerja dari perusahaan. Dari latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengarah kepada apakah terdapat hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan. Maka penulis melakukan penelitian yang terfokus pada “Hubungan Antara Komunikasi Organisasi Dengan Kualitas Pelayanan (Studi Korelasi Antara Komunikasi Organisasi Dengan Kualitas Pelayanan di PT. PLN (Persero) Area Surakarta Tahun 2013)”.

Berdasarkan asumsi tersebut, penelitian akan dilakukan secara kuantitatif, dimana pengujian dengan kuesioner yang terkait penelitian. Variabel komunikasi organisasi (X) dan kemudian akan diuji korelasinya,

apakah terdapat hubungan dengan kualitas pelayanan (Y). Dengan metode survey pada karyawan di seluruh sub-manajemen yang telah terstruktur di PT. PLN Area Surakarta sejumlah 23 sub-manajemen.

Dari jumlah bidang tersebut hanya berada di dalam satu lingkungan kerja atau area perusahaan. Dengan demikian penelitian ini terfokus pada hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas di PT. PLN Area Surakarta. Pada setiap bidang ± 10 karyawan dari setiap sub-manajemen yang terlibat aktif dalam penelitian ini, sehingga jumlah populasi karyawan yang akan diuji untuk mendukung pengumpulan data penelitian sebesar 210 karyawan. Berdasarkan populasi tersebut, maka dilakukan teknik sampling untuk memilih sampel yang representative serta mewakili data penelitian terkait hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adakah hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi korelasi antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu mendukung serta berguna melengkapi teori dan pemahaman mengenai studi korelasi komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan pada tingkat manajerial dan karyawan perusahaan.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman studi ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi mengenai penjabaran tentang korelasi antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan.

E. Landasan Teori

1. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi

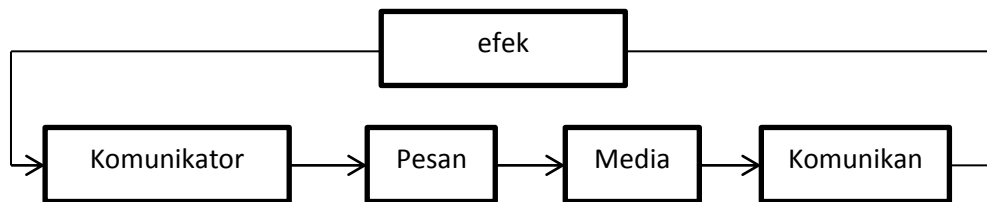
Dalam kajian ilmu komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks berarti semua faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi. Pengertian Komunikasi secara *etimologis* merupakan istilah yang berasal dari bahasa Latin *Communicatio*, yang dalam bahasa *Communis* berarti sama makna mengenai suatu hal (Effendy, 2008: 4).

b. Proses Komunikasi

Secara umum proses komunikasi melibatkan elemen dalam unsur komunikasi adalah (1) *Komunikator*, sebagai orang yang menyampaikan pesan; (2) *pesan*, sebagai pernyataan baik verbal/ nonverbal; (3) *komunikan*, sebagai orang yang menerima pesan; (4) *media*, alat/sarana

apa yang digunakan yang mendukung apabila komunikasi jauh; dan (5) *efek*, dampak dari pesan yang disampaikan.

Gambar 1. Proses Komunikasi



Sumber: Ivancevich, *et. al.*, (2007)

Menurut Weick (1979) organisasi adalah suatu sistem yang menyesuaikan dan menopang dirinya dengan mengurangi ketidakpastian yang dihadapinya. Kunci dalam organisasi yaitu perilaku-perilaku yang bertautan. Organisasi menjadi penting karena dengan adanya organisasi, manusia mampu untuk mencegah kerancuan dan ketidakpastian yang dihadapi (Mulyana, 2010: 79).

c. Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi terdapat sebuah struktur organisasi yang bersifat dinamis dan memungkinkan dapat berubah sebagai respons terhadap kekuatan-kekuatan lingkungan baik internal maupun eksternal. Analisis komunikasi organisasi membentuk suatu sistem. Sistem tersebut menyangkut suatu penafsiran pesan antar individu pada saat yang sama dan perilakunya diatur oleh kebijakan-kebijakan yang mempunyai gaya berlainan dalam berkomunikasi memimpin, mengelola dan memberikan kualitas pelayanan.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan dan membentuk konsep suatu sistem komunikasi (Mulyana, 2010: 31).

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi serta mempunyai sifat formal dan juga informal, berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi interpersonal, juga termasuk selentingan dan gossip (Mulyana, 2010: 83).

d. Karakteristik Komunikasi Organisasi

Muhammad (2007: 56) menyatakan bahwa dalam setiap organisasi, komunikasi organisasi memiliki karakteristik, yaitu:

- 1) Dinamis
- 2) Mempunyai tujuan
- 3) Memerlukan informasi
- 4) Struktur

e. Fungsi Komunikasi Organisasi

Peran komunikasi dalam organisasi yang efektif, merupakan prasyarat untuk pencapaian tujuan organisasi. Dalam hal ini berikut fungsi komunikasi dalam organisasi (Masmuh, 2008: 76-77), yaitu:

1) Fungsi Tugas

Aktivitas komunikasi sebagai pesan yang berhubungan output sistem dalam organisasi. Pesan ini meliputi pemberian informasi kepada karyawan untuk melakukan tugas secara efisien, seperti aktifitas pemberian latihan kepada karyawan, memberi orientasi kepada karyawan baru, penentuan tujuan dan aktivitas yang berhubungan dengan produksi, pelayanan dan pelanggan.

2) Fungsi Perintah

Koordinasi diantara sejumlah anggota yang saling bergantung dalam organisasi. Artinya komunikasi memperbolehkan karyawan “membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah dari manajer. Tujuannya untuk mempengaruhi karyawan lain dalam organisasi.

3) Fungsi Realisasi

Aktivitas komunikasi memperbolehkan anggota organisasi untuk “menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan anggota organisasi lain.” Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja perusahaan (*job performance*).”

f. Hambatan-hambatan dalam komunikasi organisasi

Proses komunikasi dalam organisasi memiliki hambatan atau faktor penghambat untuk jalannya komunikasi secara efektif. Hambatan ini berasal dari komunikator sampai lingkungan disekitarnya. Adapun hambatan dalam komunikasi organisasi, yaitu:

1) Gangguan (*noises*)

Gangguan mekanik yaitu gangguan yang disebabkan saluran komunikasi yang bersifat fisik atau kegaduhan; gangguan sematik yaitu pesan komunikasi dimana pengertiannya menjadi rusak. Seperti bahasa atau pengertian konsep komunikasi dengan komunikator; sedangkan gangguan personal merupakan gangguan yang dialami oleh komunikasi atau komunikator secara fisik dalam bentuk kondisi bosan, kelelahan, dan kondisi psikologis.

2) Kepentingan (*Interest*)

Kepentingan dalam perusahaan membuat individu selektif dalam menanggapi suatu pesan. Tidak hanya mempengaruhi perhatian tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku yang merupakan sikap reaktif terhadap kesesuaian atau bertentangan dengan kepentingan.

3) Motivasi

Pada umumnya motivasi setiap individu berbeda jenis maupun intensitas dengan lainnya, semakin komunikasi sesuai dengan

motivasi yang makin besar komunikasi yang diterima dengan baik oleh komunikan.

4) Prasangka (*Prejudice*)

Prasangka sebagai bentuk emosi baik dalam sikap negative atau positif memaksa setiap individu untuk menarik sebuah kesimpulan atas dasar *stereotif* (*irasional*). Emosi mengubah pikiran dan pandangan terhadap fakta kemudian tidak berfikir secara objektif dan segala sesuatu yang dilihat berdampak negatif.

5) *Changing frame of reference* (mengubah kerangka referensi)

Kondisi dalam menanggapi komunikasi dengan cara diukur oleh kerangka sendiri tanpa memperhatikan referensi terhadap komunikan.

6) Evasi komunikasi

Evasion of communication merupakan gejala mencemooh dan mengelakkan suatu komunikasi kemudian menyesatkan pesan komunikasi.

Komunikasi dalam organisasi tidak berjalan sesuai prosedur atau aturan yang telah dibuat oleh pihak manajemen, dengan mengadopsi pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor hambatan dalam organisasi, yaitu:

1) Faktor Internal

- a. Bahasa yang digunakan oleh komunikan dan komunikator berbeda atau bertentangan

- b. Latar belakang pengalaman dan dasar pengetahuan yang berbeda dapat menghambat proses komunikasi yang berdampak pada sikap egois.

2) Faktor Eksternal

- a. Hambatan organisasional, yaitu struktur organisasi yang berubah, setiap tugas dan wewenang manajer mulai tidak jelas atau memudar serta profesionalisme dalam pekerjaan.
- b. Kondisi lingkungan berupa kegaduhan secara fisik atau kondisi lingkungan yang tidak sesuai seperti terlalu sempit atau terlalu ramai.

Dalam organisasi terdapat hal yang sering dihadapi, yaitu bagaimana menyampaikan pesan/informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima pesan dari seluruh bagian organisasi. Menurut Robbins dan Judge (2007) dalam Pace dan Faules (2001), bahwa komunikasi dalam organisasi dapat dibedakan menjadi empat arah aliran, yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi lintas saluran.

Menurut Sunyoto (2013: 59) bahwa aliran komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi empat, yaitu:

1) Komunikasi ke bawah/*downward communication*

Komunikasi yang digunakan oleh manajer kepada karyawannya ketika menyampaikan intruksi, prosedur, menginformasikan kebijakan, masalah yang perlu diperhatikan, dan memberikan umpan

balik mengenai kinerja. Hal ini mengalir dari level atas ke level yang rendah.

2) Komunikasi ke atas/*upwar communication*

Komunikasi ini digunakan untuk memberikan *feedback* kepada *stakeholder* guna menyampaikan informasi mengenai proses pencapaian tujuan dan menyampaikan berbagai masalah. Hal ini mengalir dari dari bawah ke atasan.

3) Komunikasi Horizontal/*Horizontal communication*

Komunikasi yang terjadi di antara rekan sejawat dalam unit kerja yang sama, tujuannya untuk mengoordinasikan penugasan kerja, memecahkan masalah dalam mencapai pemahaman bersama, dan untuk menumbuhkan dukungan kebersamaan.

4) Komunikasi lintas saluran

Komunikasi yang terjadi melewati batas-batas fungsional dengan inidividu yang tidak menduduki jabatan di perusahaan mereka.Seperti bagian produksi dengan pelanggan.

Dari definisi yang dikemukakan tersebut di atas, maka garis besarnya perusahaan yaitu PT. PLN Area Surakarta mempunyai arah aliran komunikasi ke bawah (*downward communication*). Pesan-pesan yang berhubungan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut berkenaan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, dan kebijaksanaan umum.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan cabang dari indikator yang dijalankan oleh perusahaan guna mengintegrasikan secara efektif baik secara internal maupun eksternal perusahaan dengan tujuan untuk kepentingan pelanggan. Kualitas atau kualitas menurut kamus bahasa Indonesia memiliki pengertian: 1) tingkat baik buruknya sesuatu; 2) derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb) atau kualitas. *American Society for Quality Control* dalam Lupioadi (2001: 144), menyatakan bahwa kualitas atau kualitas merupakan, “Keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.” Sedangkan menurut Groetsh dan Davis Tjiptono mengatakan bahwa kualitas merupakan, “Sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Sunyoto, 2013: 45).

Sampara (1999) definisi kualitas atau kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Sedangkan menurut Sinambela, dkk. (2006), “Kualitas adalah *meeting the need of customers* (segala

sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan).”
(Hardiyansyah, 2011: 36).

Dari definisi diatas secara garis besar pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat atau pelanggan. Apabila pelanggan tidak puas terhadap suatu pelayanan yang telah diberikan, maka pelayanan tersebut tidak efisien. Oleh karena itu, kualitas pelayanan terfokus kepada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Parasuraman *et.al.* dalam Tjiptono (2000: 70) merangkum lima dimensi pokok dalam dimensi kualitas adalah :

1) Bukti langsung (*Tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.

2) Keandalan (*realibility*)

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Merupakan keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) Jaminan (*assurance*)

Kemampuan pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan dan pengetahuan pelanggan. Terdapat dimensi meliputi :

- a. Kemampuan : Pegawai di perusahaan memiliki kompetensi dan keterampilan agar dapat memberikan pengetahuan kepada pelanggan.
- b. Komunikasi : Memberikan pesan atau informasi perusahaan kepada pelanggan dan mampu menerima keluhan dari pelanggan.
- c. Kesopanan: Sikap setiap pegawai berupa sopan santun, keramahan dan perhatian kepada pelanggan.
- d. Kredibilitas : Sifat yang dapat dipercaya dan jujur, meliputi membawa nama baik atau reputasi perusahaan sebagai kepercayaan dari pelanggan.
- e. Kemanan : bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5) Empati

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan (Sunyoto, 2013: 46).

F. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis yaitu yang berhubungan dengan kajian terhadap komunikasi organisasi dan kualitas pelayanan. Terdapat dua penelitian sebelumnya yang digunakan oleh penulis, yaitu Analisis Komunikasi Organisasi Vertikal Mengenai Masalah Kompensasi Insentif di CV Semoga Jaya Excelso Samarinda, Mega Dini Pradani, Universitas Mulawarman, 2014, serta penelitian mengenai Komunikasi,

Promosi dan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Citra PT. PLN (persero) Area Manado, Ranny Nasir, Adolfina, Irvan Trang, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2014.

Kedua penelitian terdahulu tersebut menganalisis komunikasi organisasi dan kualitas pelayanan pada suatu perusahaan. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan, sehingga akan mendapatkan hasil analisis khususnya hubungan komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan perusahaan.

G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang dipakai peneliti untuk menggambarkan fenomena. Dalam penelitian ini definisi konseptual sebagai berikut :

1. Komunikasi Organisasi

Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan adalah dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan secara organisasional sehingga dipandang lebih luas dari persepsi karyawan terhadap komunikasi organisasi. Berikut indikator dari komunikasi organisasi (Muhammad, 1995: 1), yaitu:

a. Kepercayaan

Hubungan yang didalamnya terdapat keyakinan serta kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan.

b. Kejujuran

Kejujuran atau sikap keterusterangan dalam berbicara dan tindakan, sesuai dengan pikiran setiap individu tanpa ada rasa meninggikan suatu posisi.

c. Pembuatan keputusan bersama

Suatu keadaan dimana setiap bagian dalam organisasi mengikuti prosedur dalam berkonsultasi dan berkomunikasi mengenai segala masalah yang timbul di wilayah kebijakan organisasi secara relevan sesuai jabatan.

d. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah

Kemudahan dalam memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas karyawan organisasi dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, pemimpin atau manajer dan rencana kebijakan.

e. Perhatian pada tujuan berkinerja tinggi

Keseriusan yang dimiliki para karyawan untuk menunjukkan komitmen serta loyalitas terhadap tujuan-tujuan perusahaan, sehingga produktivitas tinggi, kualitas tinggi dan biaya yang rendah.

2. Kualitas pelayanan

Pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat atau pelanggan. Dengan memperhatikan indikator kualitas pelayanan (Sunnyoto, 2013: 46), yaitu:

a. Bukti langsung (*Tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.

b. Keandalan (*realibility*)

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Merupakan keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d. Jaminan (*assurance*)

Kemampuan pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan dan pengetahuan pelanggan

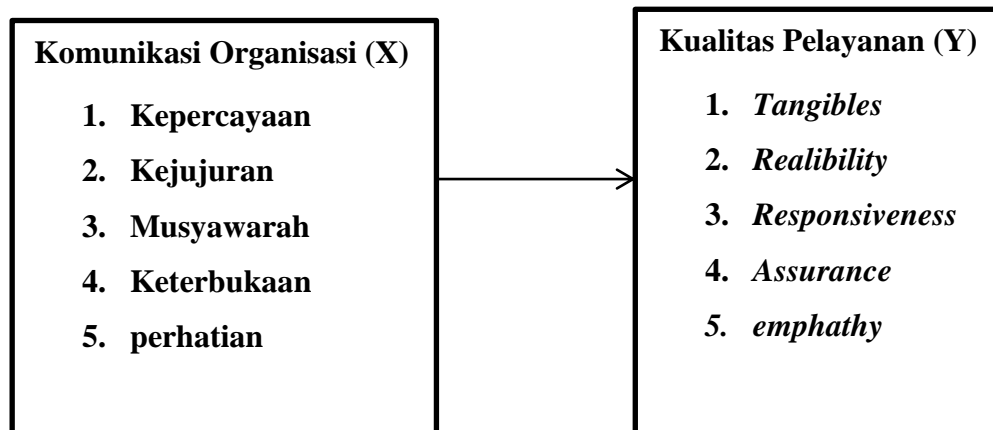
e. Empati (*emphthy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Artinya bahwa hubungan komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah daya yang timbul dari lingkungan secara internal untuk mengkomunikasikan tujuan-tujuan dalam perusahaan oleh manajer perusahaan kepada karayawannya berupa pesan atau informasi yang bernilai positif bagi karyawan sehingga kualitas pelayanan PT. PLN Area Surakarta meningkat dan berdampak positif. Dengan demikian, mampu untuk meningkatkan kinerja karyawan secara efektif dan efisien.

H. Kerangka Pemikiran

Dalam suatu penelitian, kerangka berfikir diperlukan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dengan dua variabel atau lebih. Berkaitan dengan penelitian ini, secara sederhana penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen yang akan di uji yaitu, hubungan antara komunikasi organisasi (X) dengan kualitas pelayanan PT. PLN Area Surakarta (Y). Untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian ini, berikut kerangka pemikirannya:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Paradigma Sederhana

Sumber: (Sugiyono, 2014: 8)

I. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah yaitu hipotesis no (H_0) artinya tidak ada hubungan, dan hipotesis alternative (H_a) yang artinya terdapat variabel yang saling berhubungan. Hipotesis yang dirumuskan oleh penulis, yaitu:

1. H_0 : Tidak ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta.
2. H_a : Ada hubungan antara komunikasi organisasi dengan kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis korelasi *product moment pearson*.

Sugiyono (2014: 228) mengatakan bahwa koefisien yang digunakan adalah korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus korelasi sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum(xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y
- y = Skor item total
- x = Skor pertanyaan
- xy = Total pertanyaan
- N = Jumlah responden

Sugiyono (2014: 231) mengatakan bahwa untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka nilai interval koefisien korelasi ini adalah:

0,00 - 0,199	: tingkat hubungan sangat rendah
0,20 - 0,399	: tingkat hubungan rendah
0,40 - 0,599	: tingkat hubungan sedang
0,60 - 0,799	: tingkat hubungan kuat
0,80 - 1,000	: tingkat hubungan sangat kuat

J. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih lokasi di PT. PLN (Persero) Area Surakarta terletak di pusat kota Solo, jalan Slamet Riyadi No. 468 Surakarta. Dengan pertimbangan pada lokasi tersebut karena PT. PLN Area Surakarta merupakan perusahaan distributor listrik di seluruh area Surakarta juga sebagai pengambil kebijakan pendistribusian listrik daerah Surakarta. Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan waktu selama tiga minggu untuk melakukan penelitian dilapangan, yaitu tanggal 02 Juni sampai dengan tanggal 20 Juni 2014.

2. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Ardiyanto (2011: 170) mengatakan bahwa populasi adalah semua bagian atau anggota dari obyek yang diamati. Populasi biasanya berupa orang, benda, obyek, peristiwa atau apa pun yang menjadi obyek yang di survei.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. PLN (Persero) Area Surakarta sebesar 210 karyawan.

2. Sampel

Kriyantono (2008: 154) mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel harus menjamin anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih dan sampel yang di pilih oleh periset harus benar representatif. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling random sederhana. Teknik ini setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel, yaitu:

$$n = \frac{N}{N.(e)^2+1}$$

$$n = \frac{210}{210.(5\%)^2+1} = 137,7 \text{ sampel yang diambil } 138 \text{ sampel}$$

Dimana:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = batas kesalahan yang ditolerir 0,05 (5%)

1 = Angka Konstan

3. Variabel Penelitian

Kriyantono (2007: 20) mengatakan bahwa variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk yang dapat diukur. Berdasarkan penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen

(variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi), yaitu:

1. Variabel Independen

Sugiyono (2014: 4) mengatakan bahwa variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah komunikasi organisasi (X).

2. Variabel Dependen

Sugiyono (2014: 4) mengatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kualitas pelayanan di PT. PLN Area Surakarta (Y).

4. Definisi operasional variable

1. Variabel Independen

A) Komunikasi Organisasi

1. Kepercayaan

- a) Tingkat kepercayaan atasan kepada bawahan
- b) Tingkat kepercayaan pada rekan kerja

2. Kejujuran

- a) Kejujuran dalam hubungan antar personal di seluruh jajaran perusahaan
- b) Kejujuran semua karyawan dalam memberikan respon sesuai fakta baik kepada manajer maupun antar karyawan.

3. Pembuatan Keputusan Bersama

- a) Keterlibatan semua karyawan dalam proses pengambilan keputusan sebagai kebijakan perusahaan
- b) Adanya ketersediaan tempat atau ruang untuk berkomunikasi dengan pihak manajemen di tingkat atas dalam rangka mengambil keputusan dan penetapan kebijakan.

4. Keterbukaan dalam Komunikasi ke bawah

- a) Semua karyawan menerima atas informasi yang dapat meningkatkan kemampuan untuk mengkoordinasikan pekerjaan.
- b) Rapat manajemen yang dilakukan satu waktu yang terdiri dari pihak manajer dan karyawan menyangkut pekerjaan.

5. Perhatian pada tujuan berkinerja tinggi

- a) Komitmen karyawan terhadap tujuan berkinerja tinggi di semua tingkat dalam perusahaan.
- b) Memiliki perhatian yang konkret pada kesejahteraan semua karyawan penting bagi manajemen seperti halnya pentingnya tujuan perusahaan.

Semua pertanyaan di atas dijawab berdasarkan kode sebagai berikut :

- | | | |
|---|----|---------------|
| 5 | TB | (Tidak Baik) |
| 4 | KB | (Kurang Baik) |
| 3 | CB | (Cukup Baik) |
| 2 | B | (Baik) |
| 1 | SB | (Sangat Baik) |

2. Variabel Dependen

A) Kualitas pelayanan

- 1) Perlengkapan fasilitas perusahaan dan adanya sarana komunikasi
- 2) Pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
- 3) Membantu dan membeikan pengetahuan dengan tanggap
- 4) Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi perusahaan.
- 5) Menerima keluhan dan saran dari pelanggan.
- 6) Sikap sopan santun, keramahan kepada pelanggan.
- 7) Jujur dan dapat dipercaya dengan membawa nama baik perusahaan.
- 8) Keamanan untuk bebas dari resiko dan bahaya.
- 9) Empati untuk memahami kebutuhan para pelanggan.

Semua pertanyaan dijawab sesuai dengan kode sebagai berikut:

- | | |
|---|---------------------|
| 5 | TP (Tidak Penting) |
| 4 | KP (Kurang Penting) |
| 3 | CP (Cukup Penting) |
| 2 | P (Penting) |
| 1 | SP (Sangat Penting) |

5. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan secara langsung dari sumber/objek yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data primer dari

penelitian ini adalah kuesioner, yaitu kuesioner disebarkan kepada responden karyawan di PT. PLN (Persero) Area Surakarta.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data tersebut berupa dokumen perusahaan, literature-literatur, data-data yang relevan dan penelitian terdahulu yang relevan dengan berkaitan yang akan diteliti.

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian adalah kuesioner tertutup. Angket berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden / karyawan. Pengukuran kuesioner mengacu pada skala Linkert dengan lima kategori penilaian, yaitu:

- Skor 5 untuk Tidak Baik (TB)
- Skor 4 untuk Kurang Baik (KB)
- Skor 3 untuk Cukup Baik (CB)
- Skor 2 untuk Baik (B)
- Skor 1 untuk Sangat Baik (SB)

2. Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Objek pada penelitian ini responden dengan melakukan *interview* yaitu dengan tanya jawab secara langsung kepada karyawan di PT. PLN Area Surakarta untuk mendapatkan penjelasan dari data yang

ada maupun data yang belum diperoleh untuk digunakan sebagai sampel.

3. Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas dari kuesioner. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui akurasi kuesioner yang telah disebarkan.

a. Uji Validitas

Validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik uji korelasi, karena penelitian ini bersifat menguji hubungan antar variabel. Kriteria untuk kuesioner dinyatakan valid adalah apabila kuesioner tersebut mampu mengukur sesuatu yang digunakan dalam kuesioner tersebut. Butir dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi (r) maka item yang mempunyai korelasi positif dengan kriteria skor total serta korelasi yang tinggi, sehingga menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validitas yang tinggi.

Sugiyono (2014: 228) mengatakan bahwa koefisien yang digunakan adalah korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus korelasi untuk uji validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum(xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

y = Skor item total

x = Skor pertanyaan

xy = Total pertanyaan

n = Jumlah responden

Jika perhitungan *product moment* diatas kriteria *r* pada taraf signifikan 5%, maka pernyataan dikatakan valid. Dalam penelitian ini instrument yang menjadi alat pengumpulan data disusun sesuai dengan kenyataan yang menunjukkan indikator komunikasi organisasi terhadap kualitas pelayanan PT. PLN Area Surakarta.

Sugiyono (2014: 231) mengatakan bahwa untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka nilai interval koefisien korelasi ini adalah:

0,00 - 0,199	: tingkat hubungan sangat rendah
0,20 - 0,399	: tingkat hubungan rendah
0,40 - 0,599	: tingkat hubungan sedang
0,60 - 0,799	: tingkat hubungan kuat
0,80 - 1,000	: tingkat hubungan sangat kuat

b. Uji Reliabilitas

Suharsimi (2004: 191) mengatakan bahwa tingkat reliabilitas alat ukur dapat diketahui dari tingkat kesalahan yang dibuat. Semakin besar kesalahan berarti alat ukur menunjukkan semakin rendah reliabilitasnya, sedangkan tingkat kesalahannya semakin kecil berarti tingkat reliabilitasnya semakin tinggi. Untuk mengukur reliabilitas, alat ukur digunakan teknik *Alpha Crobach*. Teknik dengan *cronbach's alpha* ini akan menghasilkan koefisien alpha, untuk koefisien alpha yang semakin mendekati nilai 1 berarti butir-butir pernyataan dalam koefisien semakin reliabel. Secara umum, reliabilitas kurang dari 0,60 disebut buruk, dalam range 0,70 dapat diterima, dan di atas 0,80 disebut baik. Uji reliabilitas ini menggunakan bantuan program *SPSS for windows 12.00*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas instrument

k = Banyaknya butir soal

σb^2 = Jumlah varian butir

σt^2 = Jumlah varian total

Reliabilitas tercapai apabila koefisien reliabilitas sebesar 0,06.